باقری، معصومه؛ شریف، عاطفه؛ تجعفری، معصومه (۱۳۹۶). دسته‌بندی خدمات عمومی کتابخانه‌های دانشگاهی دانشگاه فردوسی مشهد بر اساس مدل رضایت مشتری کانو. *پژوهش‌های نظری و کاربردی در علم اطلاعات و دانش‌شناسی*، ۷ (۱)، ۱۹۲- ۲۱۷.

# دسته‌بندی خدمات عمومی کتابخانه‌های دانشگاهی دانشگاه فردوسی مشهد بر اساس مدل رضایت مشتری کانو

**معصومه باقری**، دانشجوی کارشناسی‌ارشد دانشگاه فردوسی مشهد، bagheri.massome@gmail.com

**عاطفه شریف** (نویسنده مسئول)، استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس، a.sharif@modares.ac.ir

**معصومه تجعفری**، استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد، tajafari@um.ac.ir

تاریخ دریافت: ۹۴/۵/۲۸ تاریخ پذیرش: ۹۴/۱۱/۲۷

**دوفصلنامه| (علمی پژوهشی)**
**پژوهش‌های نظری و کاربردی در علم اطلاعات و دانش شناسی**

**شاپا (آنلاین): ۴۱۱۲-۲۵۳۸**

**http://infosci.um.ac.ir**

**سال ۷ (شماره ۱)**
**بهار و تابستان ۱۳۹۶**

DOI: 10.22067/49223

**چکیده:**

***مقدمه:*** *هدف از این پژوهش، دسته‌بندی خدمات عمومی کتابخانه دانشگاهی بر اساس مدل رضایت مشتری کانو می‌باشد.*

***روش‌شناسی:*** *پژوهش از نظر هدف، کاربردی، و از نظر روش، پیمایشی است. جامعه آماری را دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه فردوسی مشهد تشکیل دادند، که ۱۲۰ نفر از بین ایشان به صورت تصادفی انتخاب شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای محقق ساخته بر اساس مدل کانو بوده است. روایی آن از دید اساتید رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی و همچنین مدیریت مورد تایید واقع شد. برای تحلیل داده‌ها از جدول ارزیابی مدل کانو، نرم‌افزار اکسل و آمار توصیفی، و برای تعیین پایایی از آزمون آلفای کرونباخ ($\alpha = ۰/۸۳$) استفاده شد.*

***یافته‌ها:*** *ابتدا خدمات عمومی ارائه شده و قابل ارائه در بخش‌های عمومی مرکز اطلاع-رسانی و کتابخانه مرکزی دانشگاه فردوسی مشهد شناسایی شد، سپس تعداد ۸۵ خدمت شناسایی شده در معیار اجباری (۳۷ خدمت، مانند مشاوره اطلاعاتی (مشاوره پژوهشی))، معیار تک‌بعدی (۲۴ خدمت، مانند آگاهی‌رسانی جاری )، معیار جذاب (۱۳ خدمت، مانند ارائه خدمات ترجمه)، و معیار بی‌تفاوتی (۱۱ خدمت، مانند امانت بین‌کتابخانه‌ای مانند طرح غدیر)، دسته‌بندی شد. قابل ذکر است که هیچ خدمتی در دسته معیار معکوس*

*قرار نگرفت. بیشتر خدمات اجباری و بی‌تفاوتی در بخش امانت، بیشتر خدمات تک‌بعدی در بخش مرجع و اطلاع‌رسانی، و بیشتر خدمات جذاب در بخش اطلاع‌رسانی متمرکز شده‌اند.*

***بحث و نتیجه‌گیری:*** *آن چه کتابداران به عنوان خدمت در نظر گرفته‌اند، برای کاربران نیز مطلوب است و ارائه آن را از سوی کتابخانه دانشگاهی انتظار دارند. اگر چه تعداد قابل توجهی از خدمات در معیار بی‌تفاوتی دسته‌بندی شده‌اند. در انتها پیشنهادهایی در راستای بهبود برنامه‌ریزی‌های کتابخانه بر اساس دسته‌بندی کاربران ارائه شده است.*

***کلیدواژه‌ها:*** *خدمات عمومی کتابخانه، کتابخانه دانشگاهی، مدل سنجش رضایت مشتری کانو، دانشگاه فردوسی مشهد.*

## مقدمه و بیان مساله

نظر استفاده‌کنندگان در کتابخانه‌ها اهمیت بسزایی دارد، چرا که بدون وجود آن‌ها دلیلی برای ادامه فعالیت‌های کتابخانه‌ها وجود ندارد. چهار اصل از اصول اساسی رانگاناتان به نوعی به استفاده‌کنندگان باز می‌گردد و لازم است جلب رضایت آن‌ها در صدر برنامه‌های هرکتابخانه قرارگیرد. از سوی دیگر، تنظیم و تدوین هر برنامه کاری ابتدا مستلزم شناخت و آگاهی است، این شناخت تنها به مدد بررسی آرای استفاده‌کنندگان حاصل خواهد شد (Mansorian, 2001). در گذشته، رضایت مشتریان بر روی ساختاری تک بعدی نگریسته می‌شد، به این معنی که هرچه کیفیت محصول دریافت شده توسط مشتری بیشتر باشد، رضایت مشتری نیز به همان اندازه افزایش می‌یابد و برعکس (Zanjirchi, Ebrahimzadehpezeshki, & Arab, 2011)، اما در واقع چنین نیست. گرچه میزان کیفیت خدمات و میزان رضایت استفاده‌کنندگان بسیار به‌هم مرتبط است، اما باهم متفاوتند (Taheriyan, 2007). بالا بودن کیفیت خدمات الزاماً به معنی بالا بودن میزان رضایت‌مندی نیست، همچنین پایین بودن کیفیت خدمات نیز الزاماً به معنای پایین بودن میزان رضایت‌مندی نیست.

با علم به این تفاوت، برای اینکه سازمانی قادر باشد رضایت مشتری (کاربر) را اندازه‌گیری کند باید مدل یا روشی در این رابطه طرح‌ریزی نماید، به نحوی که از زیربنای نظری مستحکم و ساخت یافته‌ای برخوردار باشد و شاخص‌هایی برای این منظور تنظیم نماید تا بتواند با استفاده از آن به ارزیابی و اندازه‌گیری بپردازد (Maleki & Darabi, 2008). کتابخانه‌های دانشگاهی نیز از این قاعده مستثنی نیستند.

از آنجایی که «خدمات عمومی، فعالیت‌ها و عملیاتی از کتابخانه‌اند که کارکنان در تماس مستقیم و منظم با کاربران هستند» (Reitz, 2013)، رضایت کاربران از بخش‌های خدمات عمومی می‌تواند سنجه خوبی از میزان رضایت آن‌ها از خدمات کتابخانه باشد. شش بخش امانت، مرجع، اطلاع‌رسانی، پایان‌نامه‌ها، نشریات، و دیداری شنیداری، در مرکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه مرکزی دانشگاه فردوسی مشهد، که از این پس به اختصار کتابخانه مرکزی خوانده می‌شود، در ارتباط مستقیم و منظم با دانشجویان می‌باشد. این

شش بخش کم و بیش در تمامی کتابخانه‌های دانشگاهی موجود است و خدمات تقریباً مشخصی از هر یک از بخش‌ها انتظار می‌رود. از دیدگاه کاربران، خدمات عمومی ارائه شده از سوی کتابخانه دانشگاهی، در طیفی متفاوت از ضرورت یا نیاز به وجود، قرار می‌گیرد.

یافته‌های باباغیبی و فتاحی (Babagheiby & Fattahi, 2009) نشان داد که تفاوت معنی‌دار بین کیفیت خدمات کتابخانه‌های دانشگاه فردوسی و خدمات مورد انتظار دانشجویان تحصیلات تکمیلی این دانشگاه وجود دارد و کیفیت خدمات نتوانسته به سطح انتظار دانشجویان کارشناسی ارشد پاسخ دهد. یوسف‌زاده (Yousefzadeh, 2014) نیز دریافت که کیفیت خدمات الکترونیکی ارائه شده در کتابخانه‌های دانشگاه فردوسی نتوانسته است سطح انتظارات دانشجویان تحصیلات تکمیلی این دانشگاه را برآورده سازد و بنابراین ارتقای سطح کیفیت خدمات الکترونیکی و نزدیک شدن به خواسته‌های دانشجویان باید مورد توجه قرار گیرد. با این وجود، طبق بررسی‌های انجام‌شده، تا کنون پژوهشی که در ایران به دسته‌بندی این خدمات از دیدگاه کاربران پرداخته باشد، مشاهده نگردید. به بیانی خدمات ارائه شده و قابل ارائه در بخش‌های عمومی کتابخانه و دسته‌بندی این خدمات از دیدگاه کاربران مشخص نیست، و احتمال دارد، اولویت‌هایی که در ارائه خدمات در کتابخانه اعمال می‌شود با خواست واقعی کاربران متفاوت باشد. از این رو، پژوهش حاضردر پی پاسخگویی به این پرسش‌هاست که خدمات ارائه شده و قابل ارائه در بخش-های عمومی مرکز اطلاع‌رسانی وکتابخانه مرکزی دانشگاه فردوسی مشهد، کدام‌اند و دسته‌بندی هر یک از این خدمات از دیدگاه کاربران بر اساس معیارهای اجباری، تک‌بعدی، جذاب، بی‌تفاوتی و معکوس مدل کانو، به عنوان یکی از مدل‌های سنجش رضایت کاربران، چگونه است؟

## مبانی نظری

به طور معمول، در بیشتر پژوهش‌های سنجش رضایت مشتری از چارچوب‌ها و مدل‌های معتبر استفاده می‌شود، که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: مدل پارادایم انتظار–عدم تطبیق[۱] اولیور[۲]، مدل پاراسورمان[۳]، مدل توسعه‌داده‌شده گرونروس[۴]، فرآیند رضایت مشتری انگل[۵] و بلکول[۶]، و مدل کانو[۷] ( Bavanati,

1. Disconfirmation - expectancy paradigm
2. Oliver
3. Parasuraman
4. Gronoroos
5. Engel
6. Blackwell
8. Kano

2012)[1].

شیوه تحلیل در مدل کانو، تعیین‌کننده‌ی الزاماتی است که برای کاربران اولویت بیشتری دارند (Cheng & Chiu, 2008)، مدل کانو، که مدلی اقتصادی است (Hemati & Ghorbanian, 2011)، درک الزامات خدمت را ارتقاء می‌دهد و با استفاده از آن می‌توان ویژگی‌هایی که تأثیر بیشتری در رضایت کاربر دارند را تشخیص داد. به ویژه هنگامی که نیاز به مقایسه وجود داشته باشد، راهنمایی‌های مفیدی را ارائه می‌دهد. همچنین این مدل می‌تواند با تشخیص ویژگی‌های جذاب[2] در افزایش تمایز خدمت، کمک کننده باشد، زیرا ویژگی‌های جذاب برای پیروزی در رقابت، کلیدی و مهم هستند (Battacharyya & Rahman, 2004).

مدل کانو، رابطه میان دسته‌بندی نیازهای مشتریان و رضایت مشتری را برای هر یک از ویژگی‌های محصول تعریف کرده و پنج معیار برای دسته‌بندی ویژگی‌های محصول تبیین می‌کند (Rashid, Tamaki, Ullah, & Kubom, 2010). این ۵ معیار شامل: ۱) اجباری[3]، ۲) تک بعدی[4]، ۳) جذاب، ۴) بی تفاوتی[5]، و ۵) معکوس[6] می‌باشد. معیار اجباری، نبود یک الزام اجباری در محصول، موجب نارضایتی مشتری شده و وجود آن در محصول رضایت‌مندی آن را ارتقاء نمی‌دهد (Rashid, Tamaki, Ullah, & Kubom, 2010). معیار تک‌بعدی، ارضای این نوع نیازها رابطه‌ای خطی با سطح رضایت دارد، به این معنی که هرچه بیشتر این نیاز تکمیل شود، رضایت مشتری بیشتر تأمین می‌شود. معیار جذاب، ارضای این نیازها، رضایت مشتری را تا سطح بالایی برآورده می‌کند ولی اگر مشتری آن‌ها را دریافت نکند، احساس نارضایتی نمی‌کند (Shahin & Salehzadeh, 2011)؛ معیار بی‌تفاوتی، وجود یا عدم وجود این معیار، نه به رضایت‌مندی می‌انجامد و نه به نارضایتی، و معیار معکوس، کارکرد یک الزام معکوس، موجب نارضایتی و نبود آن باعث رضایت‌مندی می‌شود (Rashid, Tamaki, Ullah, & Kubom, 2010). با توجه به توضیحات ارائه شده می‌توان تاثیر معیارهای کانو در صورت وجود و نبود در پیوند با رضایت‌مندی به شکل جدول ۱ خلاصه کرد.

---

۱. به جهت اختصار فقط مدل کانو توضیح داده میشود. یادآوری می‌شود که مدل‌هایی مانند سروکوآل، لیب‌کوآل و... فقط در زمینه سنجش کیفیت خدمات و نه در زمینه سنجش میزان رضایت کاربران مورد استفاده قرار گرفته‌اند. به این ترتیب در این پژوهش مدنظر نیستند.

2. Attractive
3. Must-be
4. One-dimensional
5. Indifferent
6. Reverse

**جدول ۱. معیارهای کانو در پیوند با رضایت‌مندی**[1]

| معیار | تاثیر بر رضایت‌مندی در صورت وجود | تاثیر بر رضایت‌مندی در صورت نبود |
|---|---|---|
| اجباری | خنثی | کاهش |
| تک بعدی | افزایش | کاهش |
| جذاب | افزایش | خنثی |
| بی تفاوتی | خنثی | خنثی |
| معکوس | کاهش | افزایش |

به نظر می‌رسد از میان مدل‌های سنجش میزان رضایت مشتری، با توجه به اینکه مدل کانو با موفقیت در برخی کتابخانه‌های خارج از کشور توسط پژوهشگران مختلفی (مانند Bayraktaroglu & Ozgen, 2008؛ و Garibay, Gutie, & Figueroa, 2010) استفاده شده است و همچنین با توجه به اینکه این مدل دیدگاه خاصی در دسته‌بندی خدمات و سنجش میزان رضایت استفاده‌کنندگان دارد، قابلیت تطابق مناسبی با فضای خدماتی کتابخانه را داراست، و درک بهتری از میزان رضایت استفاده‌کنندگان از خدمات مختلف کتابخانه و امکان اولویت‌بندی نزدیک‌تر به واقعیت را فراهم می‌آورد. علاوه بر این‌ها مدل کانو مدلی نظری و مفهومی است که از اعتبار بیشتری نسبت به مدل‌های عینی برخوردار است ( Maleki & Darabi, 2008). به این ترتیب در پژوهش حاضر، مدل نظری دسته‌بندی خدمات عمومی بر اساس مدل سنجش رضایت کانو قرار گرفت.

## مروری بر پیشینه پژوهش

از پژوهش‌های خارجی مرتبط با پژوهش حاضر می‌توان به پژوهش بایراکتاروغلو و اوزگن (Bayraktaroglu & Ozgen, 2008) اشاره کرد که با ترکیب مدل کانو، مدل سلسله مراتبی[2] و ماتریس طراحی[3]، و کاربرد QFD[4] ابتدا ویژگی‌های کیفی خدمات کتابخانه مرکزی دانشگاه دوکوز ایلول[5] در ازمیر[6] ترکیه را از طریق مدل کانو دسته‌بندی کردند، سپس مهم‌ترین آن‌ها را به وسیله اندازه‌ی رضایت‌مندی انتخاب و در ۶ گروه جای دادند. آن‌ها ۶ گروه را از طریق مدل سلسله مراتبی نسبت به هم

۱. این جدول بر پایه توضیح مدل کانو در منابع، توسط نویسندگان این مقاله خلاصه شده است.

2. Analytical Hierarchy Process (AHP)
3. Planning Matrix
4. quality function deployment
5. Dokuz Eylul
6.Izmir

مقایسه و وزن‌دهی کردند. سپس از ضرایب اهمیت حاصل از مدل سلسله مراتبی به جای ضرایب اهمیت خوداظهاری، بهره جستند تا بتوانند شاخص بهبود کیفیت را برای هر ویژگی کیفی محاسبه کنند. در این پژوهش درخواست‌های استفاده‌کننده برای خدمات کتابخانه به طور عمیق بررسی شد و مهم‌ترین درخواست‌ها به شکل راهبردی تعیین شد. حاصل پژوهش فراهم آمدن راهبردهای بازاریابی برای کتابخانه به منزله سازمانی غیرانتفاعی است و در یافتن موقعیت رقابتی به آن یاری می‌رساند.

از دیگر پژوهش‌های خارج از کشور، گاریبای، گوتی، و فاگوروا (Garibay, Gutie, & Figueroa, 2010) می‌باشد که با به‌کارگیری ترکیبی از QFD و مدل کانو در کتابخانه دانشگاه گوادالاجار[1] در مکزیک توسط پرسشنامه‌های پیوسته، به گردآوری اطلاعات پرداختند. پژوهشگران اطلاعاتی جهت بهبود خدمات و افزایش رضایت مشتری با تمرکز بر کتابخانه‌های دیجیتال به‌دست آوردند و نشان دادند که راه بهبود خدمات و افزایش رضایت مشتری گوش سپردن به صدای مشتری[2] می‌باشد. ایشان نتیجه‌گیری کردند که برای ارزیابی کیفیت خدمات نه تنها باید به معیارهای کلی کیفیت خدمات توجه کرد، بلکه باید به معیارهای خاص کیفیت در جامعه مورد پژوهش نیز توجه شود. در این راستا بر اهمیت استفاده از مدل کانو در پژوهش‌های این‌چنینی، به این دلیل که دیدگاه روشنی از اولیت‌های رضایت مشتریان را مشخص می‌کند، تاکید کردند. با این وجود، در این پژوهش، سیاهه خدمات دسته‌بندی شده بر اساس مدل کانو ارائه نشده است.

کاوش اولیه در پژوهش‌های داخل کشور در حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی یافته‌ای نداشت. به نظر می‌رسد که تاکنون پژوهشی با بهره‌گیری از مدل کانو برای دسته‌بندی خدمات کتابخانه دانشگاهی انجام نشده باشد. این در حالی است که پژوهشگرانی مانند شفیعی‌رودپشتی، و اولیا (۲۰۰۸)، مرادی، و همتی (۲۰۱۰)، زنجیرچی، ابراهیم‌زاده‌پزشکی، و عرب (۲۰۱۱)، و شاهین، و صالح‌زاده (۲۰۱۱) با استفاده از مدل کانو به دسته‌بندی اجزای محصول و خدمات در رشته مدیریت پرداخته‌اند[3].

تنها پژوهشی که با مدل کانو در حوزه کتابخانه‌های ایران به انجام رسیده، پژوهش حیاتی، عظیمه مظفری، افسانه مظفری، و منوچهری (۲۰۱۴) است که با روش پژوهشی مشابه با پژوهش بایراکتاروغلو و اوزگن (۲۰۰۸) به بخش‌بندی مراجعه‌کنندگان کتابخانه‌های عمومی استان فارس بر اساس نیازهایشان پرداختند. ایشان ابتدا مراجعان را در چهار خوشه قرار دادند و سپس نیازهای هر خوشه بررسی شده است؛

---

1. Guadalajar
2. Voice of the customer (VOC)
۳. به دلیل تفاوت ماهیت آن پژوهش‌ها و رعایت اختصار در مقاله، از ذکر جزئیات روش و یافته‌های آن‌ها خودداری شده است.

به طور مثال نیازهای مراجعه‌کنندگان در خوشه اول، بیشتر نیازهای جذاب و انگیزشی هستند. در این مقاله نیازهای مراجعه‌کنندگان در شش مقوله ساختمان و موقعیت، نیروی انسانی، منابع، شرایط بهره‌گیری از خدمات، خدمات جنبی و سایر خدمات در چهار خوشه مراجعه‌کنندگان مورد توجه قرار گرفته است. تنوع مراجعه‌کنندگان کتابخانه‌های عمومی باعث شده که تفاوت در نظر آنان پیرامون هر یک از اجزای مقوله‌های شش‌گانه پدید آید به طور مثال اطلاع‌رسانی خدمات کتابخانه‌ای برای خوشه اول و دوم ضروری، برای خوشه سوم جذاب و برای خوشه چهارم تک‌بعدی تلقی شده است.

در جمع‌بندی باید گفت که با توجه به بررسی‌های انجام شده، پژوهش‌های محدودی از مدل کانو در کتابخانه‌ها استفاده کرده‌اند (مانند Bayraktaroglu & Ozgen, 2008؛ و Garibay, Gutie, & Figueroa, 2010) و در گزارش‌های منتشر شده آن‌ها نیز دسته‌بندی خدمات به طور واضح و مشخص ذکر نشده است. نکته دیگر این است که در این پژوهش‌ها، مانند پژوهش حیاتی و دیگران (۲۰۱۴)، مدل کانو به تنهایی برای دسته‌بندی استفاده نشده و در کنار سایر مدل‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. دلیل استفاده از سایر مدل‌ها در چنین پژوهش‌هایی آن است که در آن‌ها یا به دسته‌بندی مراجعان پرداخته‌اند (مانند حیاتی و دیگران، ۲۰۱۴)، یا علاوه بر سنجش رضایت از خدمات، تعیین کیفیت خدمات نیز مد نظر بوده است (مانند Bayraktaroglu & Ozgen, 2008؛ و Garibay, Gutie, & Figueroa, 2010). به این ترتیب، اگر چه پژوهش‌هایی در باب سنجش رضایت کاربران بدون استفاده از مدل، مانند مهرابیان، تبری، عباسپور، و کشاورزمحمدیان (۲۰۱۲)؛ زنگوئی، سعادتجو، و بیدختی (۲۰۱۱) به انجام رسیده است، ولی این نخستین بار در داخل کشور است که خدمات عمومی یک کتابخانه دانشگاهی بر اساس مدل سنجش رضایت مشتری کانو دسته‌بندی می‌شود. لازم به ذکر است که پژوهش حاضر از نظر جامعه آماری و تنوع و گستره خدمات عمومی مورد بررسی با پژوهش حیاتی و دیگران (۲۰۱۴) متفاوت است.

## پرسش‌های پژوهش

۱. خدمات عمومی ارائه‌شده و قابل ارائه در بخش‌های عمومی مرکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه مرکزی دانشگاه فردوسی مشهد کدام است؟

۲. از دیدگاه کاربران، دسته‌بندی خدمات ارائه‌شده و قابل ارائه در بخش‌های عمومی مرکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه مرکزی دانشگاه فردوسی مشهد براساس معیارهای مدل کانو شامل معیارهای اجباری، تک-بعدی، جذاب، بی‌تفاوتی، و معکوس کدام است؟

## روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر نوع کاربردی است که با روش پیمایشی انجام شده است.

جامعه پژوهش شامل دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه فردوسی مشهد می‌باشد. در مطالعات توصیفی زمینه‌یاب و پیمایشی به دلیل محدودیت‌های مالی، وقت و نیروی انسانی حداقل حجم نمونه، ۱۰۰ نفر پیشنهاد شده است (Delavar, 2009؛ و Hafeznia, 2010). اگر امکانات تحقیق اجازه بدهد، بهتر است محقق نمونه خود را بیش از حداقل افزایش دهد تا بدین‌وسیله بر اعتبار نتایج تحقیق خود بیفزاید (Hafeznia, 2010). از سویی فقط استفاده‌کنندگان واقعی از کتابخانه مرکزی برای جمع‌آوری اطلاعات و دسته‌بندی خدمات مدنظر بوده‌اند تا دقت در پاسخ‌گویی به پرسشنامه‌ها و در نتیجه دسته‌بندی خدمات افزایش یابد، و از آنجایی که تعداد استفاده‌کنندگان واقعی کتابخانه مشخص نبود، ازاین‌رو جامعه‌ی آماری، جامعه‌ای نامشخص است. می‌توان از فرمول کوکران برای برآورد حجم نمونه نامشخص استفاده [illegible] (Momeni & fa'al ghayoumi, 2010) استفاده شد که درآن:

n = حجم نمونه؛ z =۱/۹۶ نمره استاندارد در سطح ۹۵ درصد؛ p = ۰/۵ نسبت صفت متغیر که با استفاده از پژوهش‌های قبلی به دست می‌آید. اگر مقدار p در دسترس نباشد، می‌توان آن را برابر ۰/۵در نظر گرفت (Dayani, 2003؛ و Sarmad, Hejazi, & Bazargan, 2006). d =۰/۹ مقدار خطای حاصل از برآورد آماری است که می‌تواند با توجه به پژوهش‌های قبلی تعیین شود (Dayani, 2003) و معمولاً عددی کم‌تر از ۱۰ درصد انتخاب می‌شود (Hosseini, 2003). با توجه به فرمول فوق حجم نمونه برابر با ۱۲۰ نفر محاسبه شد و با انجام نمونه‌گیری تصادفی ساده پرسشنامه پژوهش در اختیار دانشجویان قرار گرفت.

ابزار گردآوری اطلاعات این پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته‌ای است که بر اساس مدل سنجش رضایت مشتری کانو به دسته‌بندی خدمات عمومی می‌پردازد. برای طراحی پرسشنامه لازم بود که در ابتدا سیاهه‌ای از خدماتی که در بخش‌های عمومی ارائه می‌شوند یا قابل ارائه هستند تهیه شود (پرسش نخست). برای شناسایی خدماتی که می‌تواند در بخش‌های عمومی کتابخانه ارائه شود، از ۳ شیوه بهره گرفته شد: ۱. بررسی متون، ۲. بررسی وب‌سایت کتابخانه‌های ۵ دانشگاه برتر جهان، ۳. نظرخواهی از مسئولین بخش‌های عمومی و ریاست کتابخانه مرکزی.

نخست، با بررسی کتاب‌ها و مقالات چاپ شده در حوزه، خدماتی که می‌تواند در بخش‌های عمومی کتابخانه ارائه شود، استخراج و سیاهه‌ای از این خدمات فراهم آمد. سپس به شناسایی ۵ دانشگاه

برتر جهان پرداخته شد، با جستجوهای انجام شده، با استفاده از سایت انتشارات تامسون روترز[1]، صفحه‌ی رتبه‌بندی دانشگاه‌های جهان ۲۰۱۴-۲۰۱۵[2]، ۵ دانشگاه برتر جهان شناسایی شدکه به ترتیب عبارتند از: ۱. موسسه تکنولوژی کالیفرنیا (کالتک)[3]، ۲. دانشگاه هاروارد[4]، ۳. دانشگاه آکسفورد[5]، ۴. دانشگاه استنفورد[6]، و ۵. دانشگاه کمبریج[7]. با بررسی وب‌سایت کتابخانه این ۵ دانشگاه خدمات عمومی ارائه شده و معرفی شده در این کتابخانه‌ها نیز استخراج شد. با تجزیه و تحلیل مطالب مندرج در این وب‌سایت‌ها، برخی از خدمات استخراج شده، خدماتی که از متون استخراج شده بود را تایید کرد، و برخی دیگر نیز به سیاهه قبلی افزوده شد.

در گام سوم، سیاهه آماده شده به مسئولین بخش‌های عمومی و ریاست کتابخانه مرکزی ارائه شد، در این سیاهه، خدمات عمومی به تفکیک بخش آمده بودند، و هر یک از مسئولین می‌توانستند در مورد خدمات تمام بخش‌های عمومی نظر بدهند. از آن‌ها خواسته شد که ۱. سیاهه را بررسی کرده و درستی خدمات را مورد تأیید قرار دهند، ۲. خدمات دیگری که از نظر دور مانده است را به سیاهه اضافه کنند، و ۳. مشخص کنند که کدامیک از خدمات سیاهه در حال حاضر در کتابخانه مرکزی ارائه می‌شود یا نمی‌شود. در نهایت، سیاهه خدمات عمومی ارائه شده و قابل ارائه در کتابخانه مرکزی تکمیل شد.

بعد از تکمیل سیاهه، به منظور پاسخگویی به پرسش دوم، پرسشنامه دسته‌بندی خدمات عمومی بر اساس مدل کانو طراحی شد. از نمونه آماری خواسته شد برای هر خدمت، در صورت ارائه آن خدمت (حالت مطلوب) در سمت راست و در صورت عدم‌ارائه آن خدمت (حالت نامطلوب) در سمت چپ یکی از گزینه های «۱- ترجیح می‌دهم این‌گونه نباشد، ۲- برایم قابل تحمل است، ۳- برایم فرقی ندارد، ۴- باید همین‌گونه باشد، ۵- این‌گونه را دوست دارم» را انتخاب کنند، به بیان دیگر در این پرسشنامه هر پرسش در دو حالت مطلوب و نامطلوب پاسخ داده شد،سپس پاسخ به هر دو حالت با استفاده از نرم افزار اکسل[8]، و براساس جدول ارزیابی کانو (جدول ۲) به یک پاسخ تبدیل شد و دسته‌بندی خدمات عمومی بر اساس مدل کانو به انجام رسید. حاصل این بخش سیاهه‌ای از خدمات عمومی کتابخانه است که بر اساس مدل

1. http://www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2014-15/world-ranking (دسترسی در تاریخ ۳۰ مهر ۱۳۹۳)
2. World University Rankings 2014-2015
3. California Institute Technology (Caltech)
4. Harvard University
5. University Of Oxford
6. Stanford University
7. University Of Cambridge
8. Microsoft Office Excel

کانو در پنج معیار اجباری، تک بعدی، جذاب، بی تفاوتی، و معکوس از منظر دانشجویان دسته‌بندی شده است.

در جدول ارزیابی مدل کانو، معیار جذاب با A، معیار اجباری با M، معیار تک بعدی با O، معیار بی تفاوتی با I، و معیار معکوس با R نمایش داده می‌شود؛ حالت مشکوک زمانی‌که پاسخ‌دهنده سوال را نفهمیده باشد و یا پاسخ‌دهنده درباره‌ی آن تردید داشته باشد مشاهده می‌شود و با Q نشان داده می‌شود (Zanjirchi, Ebrahimzadehpezeshki, & Arab, 2011).

**جدول ۲. جدول ارزیابی مدل کانو**

| خدمت | | پاسخ در صورت عدم‌ارائه | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **این‌گونه را دوست دارم** | **باید همین‌گونه باشد** | **برایم فرقی ندارد** | **برایم قابل تحمل است** | **ترجیح می‌دهم این‌گونه نباشد** |
| پاسخ در صورت ارائه | این‌گونه را دوست دارم | Q | A | A | A | O |
| | باید همین‌گونه باشد | R | I | I | I | M |
| | برایم فرقی ندارد | R | I | I | I | M |
| | برایم قابل تحمل است | R | I | I | I | M |
| | ترجیح می‌دهم این‌گونه نباشد | R | R | R | R | Q |

به عنوان مثال با توجه به جدول ۲، اگر برای پاسخ به حالت مطلوب یک خدمت گزینه «برای من فرقی ندارد» انتخاب شود و برای پاسخ به حالت نامطلوب همین خدمت گزینه «ترجیح می‌دهم این‌گونه نباشد» انتخاب شود، معیار منتخب M یا اجباری است.

پرسشنامه دسته‌بندی خدمات عمومی براساس متون، خدمات عمومی معرفی شده در وب‌سایت کتابخانه‌های ۵ دانشگاه برتر جهان، و نظرسنجی از مسئولین بخش‌های خدمات عمومی کتابخانه مرکزی تدوین شد و روایی محتوایی آن از دید اساتید رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی و همچنین مدیریت مورد تایید واقع شد.

برای تعیین پایایی پرسشنامه، پس از انجام پیش‌آزمون، آلفای کرونباخ به وسیله نرم‌افزار SPSS برابر با ۰/۸۳ تعیین شد، که در نتیجه پرسشنامه از پایایی مطلوبی برخوردار است.

## ارائه یافته‌ها و بحث

پژوهش حاضر در پی پاسخگویی به دو پرسش اساسی است. به منظور یافتن پاسخ پرسش نخست، از متون حوزه، وب‌سایت ۵ دانشگاه، و نظر مسئولین بخش‌های عمومی و ریاست کتابخانه مرکزی استفاده

شد.

در نهایت ۸۵ خدمت در ۶ بخش عمومی شامل ۲۲ خدمت در بخش امانت، ۱۸ خدمت در بخش مرجع، ۱۹ خدمت در بخش اطلاع‌رسانی، ۱۰ خدمت در بخش پایان‌نامه، ۱۳ خدمت در بخش نشریات، و ۳ خدمت در بخش دیداری‌شنیداری، شناسایی شد. خدمات عمومی‌ای که در حال حاضر ارائه می‌شوند (۶۶ خدمت) و خدمات عمومی‌ای که قابل ارائه هستند ولی اکنون ارائه نمی‌شوند (۱۹ خدمت) نیز مشخص شد. سیاهه به دست آمده مبنای ساخت پرسشنامه دسته‌بندی خدمات عمومی بر اساس مدل کانو قرار گرفت.

به منظور پاسخ به پرسش دوم پژوهش، از پرسشنامه دسته‌بندی خدمات عمومی بر اساس مدل کانو استفاده شد.

پاسخ به هردو پرسش پژوهش در پیوند با یکدیگر و در جدول‌های ۳ تا ۶ آمده است. در واقع خدماتی که در این جدول‌ها آمده است پاسخ به پرسش نخست است و خدماتی که ستاره‌دار (*) هستند، خدماتی‌اند که در حال حاضر ارائه نمی‌شوند. در ادامه، دسته‌بندی و تفکیک خدمات در جدول‌های جداگانه بر اساس معیارهای مدل کانو، در پاسخ به پرسش دوم ارائه شده است. در جدول‌های ۳ تا ۶، خدمات در سطح اول بر اساس معیارهای منتخب پاسخ‌دهندگان و در سطح دوم بر اساس بخش دسته‌بندی شده‌اند و در مقابل هر خدمت، درصد فراوانی معیار منتخب نیز آمده است. در این جدول‌ها، در هر بخش خدمات بر اساس درصد فراوانی معیار منتخب از بیشتر به کمتر مرتب شده است. برای هر خدمت، در ستون انتهایی جدول‌ها، منبعی که آن خدمت از آن استخراج شده، آمده است[۱].

خدماتی که پاسخ‌دهندگان جزو معیار اجباری انتخاب کرده‌اند در جدول ۳ آمده است. چنانچه خدمتی در معیار اجباری قرار گیرد به آن معنی است که اگر ارائه شود بر رضایت کاربران تاثیر ناچیزی خواهد داشت، ولی اگر این خدمت ارائه نشود کاربران بسیار ناراضی خواهند شد (Rashid, Tamaki, Ullah, & Kubom, 2010؛ و Shahin & Salehzadeh, 2011).

۱. این شماره‌گذاری براساس شماره‌هایی است که در بخش کتابنامه برای منابع آمده است. در اینجا نیز همان شماره‌ها برای رعایت اختصار و جلوگیری از افزایش حجم مقاله، استفاده شد. همچنین خدماتی که با توجه به نظرات مسئولین بخش‌های عمومی و ریاست کتابخانه مرکزی اضافه شده، با عبارت «نظر متخصصین» مشخص شده است.

**جدول ۳. دسته‌بندی خدماتی که جزو معیار اجباری‌اند**

| بخش | خدمت | درصد فراوانی معیار منتخب | منابع |
|---|---|---|---|
| امانت | زمان‌بندی امانت منابع ( مدت زمان امانت و در نظر گرفتن روزهای تعطیل در مدت امانت) | ۷۴/۱۶ | ۷، ۵، ۶، ۱۵، ۱۹ |
| | امانت دادن منابع کتابی | ۶۶/۶۶ | ۱۲، ۲۴ |
| | دستورالعمل امانت منابع (مانند مشخص بودن تعداد منابعی که می-توان امانت گرفت و...) | ۶۵/۸۳ | ۶، ۵، ۱۵ |
| | وجود و دسترسی به راهنمای شیوه‌های جستجو در فهرست کتابخانه | ۶۳/۳۳ | نظر متخصصین |
| | امکان جستجوی منابع در فهرست رایانه‌ای | ۶۳/۳۳ | ۷، ۶، ۱۰، ۲۰ |
| | حفاظت مجموعه (مانند کنترل ورود و خروج منابع) | ۵۹/۱۶ | ۵، ۱۲ |
| | کمک به مراجعان در جستجوی منابع (کمک در استفاده از فهرست رایانه‌ای کتابخانه) | ۵۵/۸۳ | ۱۲، ۱۵، ۱۹، ۲۱، ۲۴ |
| | * مطالعه (امکان امانت گرفتن منابع بیش از تعدادمجاز برای ساعات محدودی از روز) | ۵۱/۶۶ | نظر متخصصین |
| | حفظ نظم کتاب‌های مخزن در قفسه‌های کتابخانه | ۵۱/۶۶ | ۱۲ |
| | امکان ارائه انتقادات و پیشنهادات برای بهبود عملکرد بخش امانت | ۳۶/۶۶ | ۲۴ |
| | * امکان نظرسنجی کاربران در مورد میزان رضایت از خدمات | ۳۳/۳۳ | نظر متخصصین |
| | امکان ارائه پیشنهاد خرید منابع اطلاعاتی از سوی کاربران | ۲۳/۳۳ | ۵، ۷، ۲۴، ۳۴ |
| مرجع | حفظ نظم کتاب‌های مرجع در قفسه‌های کتاب | ۵۹/۱۶ | ۱۲ |
| | پاسخگویی و یاری دادن به مراجعان در بازیابی منابع مرجع | ۵۹/۱۶ | ۷، ۱۹، ۲۱، ۲۰، ۲۴، ۲۹ |
| | آموزش مراجعه‌کنندگان (مانند آموزش مهارت‌های پژوهشی و...) | ۵۵/۸۳ | ۷، ۱۹، ۲۰، ۲۴، ۲۹ |
| | *وجود فایل‌های عمودی و بایگانی‌ها (برای جزوه‌ها، بروشورها، گزارش‌ها و...) | ۴۸/۳۳ | ۱۹ |
| | برگزاری کارگاه‌های آموزشی استفاده از منابع مرجع | ۴۴/۱۶ | نظر متخصصین |
| | *کمک به مراجعان معلول یا کم‌توان و ارائه خدمات خاص به آنان (مانند میزهای با قابلیت تنظیم ارتفاع، امکان گرفتن فتوکپی درشت و...) | ۳۰/۰۰ | ۲۰ |
| اطلاع‌رسانی | معرفی انواع موتورهای جستجو و سایر ابزارهای جستجو تحت وب | ۶۲/۵۰ | نظر |

| بخش | خدمت | درصد فراوانی معیار منتخب | منابع |
|---|---|---|---|
| | | | متخصصین |
| | مشاوره اطلاعاتی (مشاوره پژوهشی و...) | ۶۲/۵۰ | ۳۴ |
| | معرفی پایگاه‌های اطلاعاتی (رایگان و اشتراکی) | ۵۹/۱۶ | ۷ |
| | کمک به انجام جستجو توسط کاربران | ۵۹/۱۶ | ۲۰ |
| | تولید و ارائه راهنمای شیوه‌های جستجو (استفاده از عملگرها و...) | ۵۵/۸۳ | ۷، ۲۰ |
| | تولید و ارائه راهنمای شیوه‌های جستجو در پایگاه‌های اطلاعاتی (استفاده از عملگرها و...) | ۵۱/۶۶ | ۷، ۲۰ |
| پایان‌نامه | امکان جستجوی پیوسته پایان‌نامه | ۶۲/۵۰ | ۶، ۷، ۱۵، ۲۰ |
| | امکان مطالعه نسخه چاپی پایان‌نامه در محل | ۶۲/۵۰ | ۷ |
| | امکان مطالعه متن کامل پایان‌نامه در قالب PDF در محل | ۵۹/۱۶ | نظر متخصصین |
| | امکان نسخه‌برداری از برخی صفحات پایان‌نامه با رعایت مقررات خاص | ۵۹/۱۶ | ۷ |
| نشریات | حفظ نظم مجلات در قفسه | ۶۶/۶۶ | نظر متخصصین |
| | امکان نسخه‌برداری از مقالات | ۶۲/۵۰ | نظر متخصصین |
| | جستجوی پیوسته مقالات مجله | ۵۹/۱۶ | ۷ |
| | صحافی آرشیو مجلات و امکان دسترسی به شماره‌های پیشین | ۵۵/۸۳ | نظر متخصصین |
| | نمایش نشریات جاری | ۵۱/۶۶ | ۱۹، ۲۴ |
| | *آگاهی‌رسانی مقالات جدید نشریه‌ها (مانند تهیه کپی از عنوان مقالات هر شماره مجله و ارائه آن به کاربران) | ۵۰/۰۰ | نظر متخصصین |
| | برگزاری نمایشگاه نشریات | ۵۱/۶۶ | نظر متخصصین |
| دیداری شنیداری | وجود تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری جهت استفاده در محل | ۵۹/۱۶ | نظر متخصصین |
| | تنظیم و نگهداری مجموعه غیرکتابی در جایگاه ویژه خود (مانند بخش سی‌دی‌ها) | ۵۵/۸۳ | ۱۲ |

تعداد ۳۷ خدمت از خدمات سیاهه در معیار اجباری قرار گرفته‌اند. بخش امانت با ۱۲ خدمت اجباری بیشترین تعداد خدمات اجباری را به خود اختصاص داده است و در بخش دیداری و شنیداری کمترین تعداد خدمات اجباری (۲ خدمت) به دست آمد.

با توجه به یافته‌های جدول ۳ و بر اساس درصد فراوانی معیار منتخب در میان خدمات اجباری در هر بخش، این خدمات دارای بیشترین اهمیت از نظر کاربران هستند:

در بخش امانت، «زمان‌بندی امانت منابع (مدت زمان امانت و در نظر گرفتن روزهای تعطیل در مدت امانت)» و «امانت دادن منابع کتابی»؛ در بخش نشریات، «حفظ نظم مجلات در قفسه»؛ در بخش پایان‌نامه، «امکان جستجوی پیوسته پایان‌نامه»؛ در بخش اطلاع‌رسانی، «مشاوره اطلاعاتی (مشاوره پژوهشی و...)» ، و در بخش دیداری شنیداری، «وجود تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری جهت استفاده در محل».

خدمت «امکان جستجوی منابع در فهرست رایانه‌ای» در بخش امانت در این پژوهش جزو معیار اجباری دسته‌بندی شد که این هم‌سو با پژوهش حیاتی و دیگران (۲۰۱۴) می‌باشد که این خدمت توسط دو خوشه از چهار خوشه مراجعان کتابخانه‌های عمومی استان فارس به عنوان معیار اجباری انتخاب شده‌اند.

هم‌چنین خدمت «حفظ نظم کتاب‌های مخزن در قفسه‌های کتابخانه» در بخش امانت و خدمت «حفظ نظم کتاب‌های مرجع در قفسه‌های کتاب» در بخش مرجع نیز در معیار اجباری دسته‌بندی شده اند اما در پژوهش حیاتی و دیگران (۲۰۱۴) خدمت چیدمان کتابخانه توسط سه خوشه از چهار خوشه مراجعان کتابخانه‌های عمومی استان فارس، خدمتی جذاب تلقی شده است. این امر نشان‌دهنده آن است که سطح انتظار مراجعان کتابخانه‌های عمومی استان فارس از سطح انتظار دانشجویان تحصیلات تکمیلی در دانشگاه فردوسی پایین‌تر است، زیرا از نظر این دانشجویان این خدمت به عنوان خدمتی اجباری، لازم است که ارائه شود ولی از نظر مراجعان کتابخانه‌های عمومی استان فارس اگر این خدمت ارائه شود میزان رضایتشان افزایش پیدا می‌کند و در صورت ارائه نشدن آن، کاهشی در میزان رضایت ایشان ایجاد نمی‌شود.

خدماتی که با بررسی نظر پاسخ‌دهندگان جزو معیار تک‌بعدی‌اند در جدول ۴ آمده است. معیار تک‌بعدی، معیاری است که اگر ارائه شود موجب رضایتمندی کاربران و اگر ارائه نشود موجب نارضایتی کاربران خواهد شد (Rashid, Tamaki, Ullah, & Kubom, 2010؛ و Shahin & Salehzadeh, 2011).

**جدول ٤. دسته‌بندی خدماتی که جزو معیار تک‌بعدی‌اند**

| بخش | خدمت | درصد فراوانی معیار منتخب | منابع |
|---|---|---|---|
| امانت | * امانت دستگاه‌های دیجیتال (مانند آیپد، لپ‌تاپ، دوربین دیجیتال و...) | ۵۱/۶۶ | ۶ |
| مرجع | امکان تهیه اسکن، عکس و یا تهیه کپی | ۶۲/۵۰ | ۱۹، ۲۰، ۲۴ |
| | آموزش نحوه استفاده از منابع مرجع | ۵۹/۱۶ | ۷، ۱۰، ۱۹، ۲۰، ۲۱، ۲۴، ۲۹ |
| | آموزش و ارائه معیارهای ارزیابی منابع مرجع | ۵۱/۶۶ | ۲۹ |
| | راهنمایی کاربران در انجام پژوهش (مانند انتخاب شیوه‌ی مناسب جست‌وجوی منابع مرجع در راستای هدف‌های پژوهش) | ۵۱/۶۶ | ۱۰، ۲۱ |
| | * معرفی سایر منابع مرجع مرتبط | ۵۱/۶۶ | ۱۹ |
| | امکان به امانت بردن منابع مرجع در تعطیلات | ۵۱/۶۶ | ۷ |
| | ارائه خدمات ارجاعی (به معنای شناسایی و معرفی مراکز دیگر در راستای پاسخ به نیاز اطلاعاتی کاربر) | ۴۴/۱۶ | ۱۲، ۱۹، ۲۱، ۲۹ |
| اطلاع‌رسانی | نسخه‌برداری و تکثیر/امکان دریافت فایل و یا تهیه پرینت | ۵۱/۶۶ | ۱۲، ۲۱ |
| | فراهم آمدن امکان جستجو در پایگاه‌های اطلاعاتی در محل کتابخانه | ۵۱/۶۶ | ۷ |
| | امکان تهیه متن کامل مقالات علمی | ۴۸/۳۳ | نظر متخصصین |
| | آگاهی‌رسانی جاری | ۴۸/۳۳ | ۱۲، ۲۱ |
| | انجام جست‌وجوی رایانه‌ای پیوسته و ناپیوسته توسط کتابدار (مانند پایگاه‌ها، سی‌دی‌ها و سایر منابع الکترونیکی) | ۴۴/۱۶ | ۱۲، ۲۱ |
| | معرفی خدمات کتابخانه و آموزش شیوه‌های بهره‌گیری از آن | ۴۴/۱۶ | ۶، ۱۰، ۱۲، ۱۹، ۲۱ |
| | برگزاری کارگاه‌های آموزشی | ۴۴/۱۶ | نظر متخصصین |
| پایان‌نامه | * امکان دریافت متن کامل پایان‌نامه در قالب PDF | ۵۱/۶۶ | ۱۵، ۲۰ |
| | امکان دسترسی پیوسته به متن کامل پایان‌نامه بدون قابلیت دانلود یا کپی‌برداری | ۵۱/۶۶ | ۶ |
| | * امانت بین‌کتابخانه‌ای برای نسخه چاپی پایان‌نامه | ۴۸/۳۳ | ۱۵ |
| | * امکان خرید پایان‌نامه‌های دانشگاه‌های دیگر (به طور مثال از طریق پایگاه Proquest) | ۴۸/۳۳ | ۲۰ |
| نشریات | * لیست موضوعی از نشریات موجود در کتابخانه | ۵۹/۱۶ | نظر متخصصین |
| | کمک در جایابی مجلات | ۵۵/۸۳ | نظر متخصصین |
| | امکان پیشنهاد مجله‌ای خاص جهت اشتراک توسط کتابخانه | ۴۸/۳۳ | ۲۴ |
| | انجام جستجوی مقالات توسط کتابدار | ۴۷/۵۰ | نظر متخصصین |
| | برگزاری کلاس آموزشی (مانند استفاده از پایگاه‌ها، نحوه استناد دادن مقالات، مقاله‌نویسی و...) | ۴۴/۱۶ | نظر متخصصین |

۲۴ خدمت از ۸۵ خدمت جزو معیار تک‌بعدی دسته‌بندی شدند، این خدمات در ۵ بخش مرجع (۷خدمت)، بخش اطلاع‌رسانی (۷ خدمت)، بخش نشریات (۵ خدمت)، بخش پایان‌نامه (۴ خدمت)، بخش امانت (۱ خدمت) توزیع شده‌اند.

یافته‌های جدول۴ حاکی از آن است که خدمات «امکان تهیه اسکن، عکس و تهیه کپی»، «آموزش نحوه استفاده از منابع مرجع» در بخش مرجع؛ و «لیست موضوعی از نشریات موجود در کتابخانه» در بخش نشریات دارای اهمیت بالاتری هستند، زیرا انتخاب این خدمات به عنوان خدمات تک‌بعدی به‌وسیله‌ی کاربران قوی‌تر بوده است و اتفاق نظر بیشتری داشته‌اند.

در پژوهش حیاتی و دیگران (۲۰۱۴) خدمت امکان استفاده از پایگاه نمایه نشریات توسط سه خوشه از چهار خوشه مراجعان کتابخانه‌های عمومی استان فارس به عنوان خدمت جذاب انتخاب شده است، اما در پژوهش حاضر خدمت «فراهم آمدن امکان جستجو در پایگاه‌های اطلاعاتی در محل کتابخانه» در بخش اطلاع‌رسانی به عنوان خدمت تک‌بعدی دسته‌بندی شده است. این تفاوت ممکن است به این دلیل باشد که جامعه دانشگاهی و به خصوص دانشجویان تحصیلات تکمیلی برای انجام پژوهش نیاز بالایی به پایگاه اطلاعاتی دارند و ارائه خدمت از منظر ایشان مهم است و عدم ارائه این خدمت رضایتمندی دانشجویان تحصیلات تکمیلی را کاهش می‌دهد. بدین صورت این خدمت از دیدگاه ایشان به عنوان خدمت تک‌بعدی دسته‌بندی شده است. اما عدم‌ارائه این خدمت در کتابخانه‌های عمومی که مخاطبین آن همه اقشار جامعه هستند باعث کاهش رضایت نمی‌شود و ارائه آن باعث افزایش رضایت می-شود و به همین دلیل از منظر ایشان در دسته جذاب قرار گرفته است.

خدماتی که پاسخ‌دهندگان جزو معیار جذاب می‌دانند در جدول ۵ آمده‌اند. همانگونه که توضیح آن رفته است، معیار جذاب خدمتی است که اگر این خدمت ارائه نشود روی رضایت کاربران تاثیری ندارد، ولی اگر ارائه شود موجب افزایش رضایتمندی کاربران می‌شود (Rashid, Tamaki, Ullah, & Kubom, 2010؛ و Shahin & Salehzadeh, 2011).

**جدول۵. دسته‌بندی خدماتی که جزو معیار جذاب‌اند**

| بخش | خدمت | درصد فراوانی معیار منتخب | منابع |
|---|---|---|---|
| امانت | * صدور کارت امانت سایر اعضای خانواده | ۴۸/۳۳ | ۶ |
| مرجع | معرفی و برقراری ارتباط میان کاربر و پژوهشگران یا متخصصان موضوعی | ۵۵/۸۳ | ۱۲ |
| | ارائه خدمات مشاوره‌ای به خوانندگان (به طور مثال راهنمایی در گزینش اسناد) | ۴۸/۳۳ | ۱۰، ۱۹، ۲۰ |
| | حفظ و بهبود شکل ظاهری منابع (مانند صحافی و...) | ۳۰/۰۰ | ۱۹، ۲۴ |
| اطلاع‌رسانی | * ارائه خدمات ترجمه | ۴۸/۳۳ | ۱۲، ۲۱ |
| | * نمایش و نقد فیلم | ۴۴/۱۶ | ۱۲، ۲۱ |
| | وجود راهنماهای جهت‌یابی در محیط کتابخانه (راهنمای موقعیت مکانی بخش‌ها) | ۴۴/۱۶ | ۱۲ |
| | * برگزاری دوره‌های مطالعه | ۴۰/۸۳ | ۱۲، ۲۱ |
| | * برگزاری جلسات نقد کتاب | ۴۰/۸۳ | نظر متخصصین |
| پایان‌نامه | * امکان خرید پایان‌نامه با اجازه مؤلف | ۵۹/۱۶ | ۷ |
| | امکان دریافت نسخه الکترونیکی چکیده‌ی پایان‌نامه | ۵۱/۶۶ | ۲۰ |
| نشریات | آرشیو کوتاه‌مدت روزنامه‌ها | ۴۸/۳۳ | نظر متخصصین |
| دیداری شنیداری | امانت منابع غیرکتابی (مانند سی‌دی و...) | ۴۸/۳۳ | ۵ |

بیشتر خدمات جذاب در بخش اطلاع‌رسانی (۵ خدمت از ۱۳ خدمت) متمرکز شده‌اند. در دیگر بخش‌ها؛ بخش مرجع ۳ خدمت، بخش پایان‌نامه ۲ خدمت، و بخش‌های امانت، نشریات، و دیداری-شنیداری هر کدام یک خدمت جذاب دارند.

خدمات «امکان خرید پایان‌نامه با اجازه مؤلف»، «امکان دریافت نسخه الکترونیکی چکیده‌ی پایان-نامه» در بخش پایان‌نامه، و «معرفی و برقراری ارتباط میان کاربر و پژوهشگران یا متخصصان موضوعی» در بخش مرجع، بر اساس درصد فراوانی معیار منتخب این خدمات به عنوان خدمت جذاب، بالاترین اهمیت را دارا هستند. بر اساس درصد فراوانی خدمت «امکان خرید پایان‌نامه با اجازه مؤلف» بیش از سایر خدمات در کتابخانه دانشگاهی جذابیت دارد.

همانند پژوهش حیاتی و دیگران (۲۰۱۴) که دو خوشه از چهار خوشه مراجعان کتابخانه‌های عمومی استان فارس «برگزاری جلسات نقد کتاب» را جذاب دانسته‌اند، در این پژوهش نیز این خدمت در بخش اطلاع‌رسانی به عنوان خدمت جذاب دسته‌بندی شده است.

خدماتی که با بررسی انتخاب‌های پاسخ‌دهندگان به عنوان خدمات بی‌تفاوتی مشخص شده‌اند در جدول ۶ آمده‌اند. معیار بی‌تفاوتی خدمتی است که چه ارائه شود چه ارائه نشود تاثیری بر روی رضایت کاربران ندارد (Rashid, Tamaki, Ullah, & Kubom, 2010؛ و Shahin & Salehzadeh, 2011).

**جدول٦. دسته‌بندی خدماتی که جزو معیار بی‌تفاوتی‌اند**

| بخش | خدمت | درصد فراوانی معیار منتخب | منابع |
|---|---|---|---|
| امانت | برپایی نمایشگاه در کتابخانه نظیر نمایش تازه‌های کتابخانه | ۷۴/۱۶ | ۱۹ |
| | اعمال مقررات دیرکرد، و صدمه یا آسیب به منابع (مانند دریافت جریمه) | ۶۶/۶۶ | ۵، ۶، ۷، ۱۲، ۱۵، ۲۰، ۲۴، ۳۴ |
| | * امکان تمدید تلفنی منابع در دست امانت | ۶۲/۵۰ | ۲۰ |
| | * امکان پیشنهاد ارائه خدمات جدید | ۵۹/۱۶ | نظر متخصصین |
| | کمک در یافتن مکان کتاب یا سایر منابع کتابخانه | ۵۵/۸۳ | ۷، ۱۲، ۱۹، ۲۰، ۲۴، ۳۴ |
| | امانت بین‌کتابخانه‌ای (مانند طرح غدیر) | ۵۵/۸۳ | ۵، ۶، ۷، ۱۲، ۱۵، ۱۹، ۲۰، ۲۱، ۲۴ |
| | امکان انعطاف جهت افزایش امانت کتاب | ۳۶/۶۶ | نظر متخصصین |
| | مجموعه منابع درسی توصیه شده (به علت تقاضای زیاد، فقط، استفاده در محل کتابخانه مجاز است) | ۳۳/۳۳ | ۶، ۱۲، ۱۵ |
| مرجع | پاسخگویی غیرحضوری به کاربران به صورت تلفنی | ۷۰/۰۰ | ۱۲، ۱۵، ۲۹ |
| | کمک و ارائه پاسخ به پرسش‌های مرجع (مثلا طولانی‌ترین رود ایران کدام رود است؟) | ۴۴/۱۶ | ۱۵، ۱۹، ۲۰، ۲۴، ۲۹ |
| اطلاع‌رسانی | اطلاع‌رسانی برگزاری کارگاه‌ها، دوره‌های آموزشی، همایش‌های تخصصی و سایر رخدادهای علمی | ۵۱/۶۶ | ۱۲، ۲۱ |

از ۱۱ خدمت بی‌تفاوتی، ۸ خدمت در بخش امانت متمرکز شده است، و در بخش مرجع ۲ خدمت و در بخش اطلاع‌رسانی یک خدمت بی‌تفاوتی مشاهده می‌شود.

از آنجایی که این خدمات بر میزان رضایت کاربران بی‌تاثیر می‌باشد، خدمات «برپایی نمایشگاه در کتابخانه نظیر نمایش تازه‌های کتابخانه»، «اعمال مقررات دیرکرد، و صدمه یا آسیب به منابع (مانند دریافت جریمه)»، «امکان تمدید تلفنی منابع در دست امانت»، «امکان پیشنهاد ارائه خدمات جدید» در بخش امانت، و «پاسخگویی غیرحضوری به کاربران به صورت تلفنی» در بخش مرجع، بی‌اهمیت‌ترین خدمات از نظر کاربران می‌باشد، به بیان دیگر، بود و نبود این خدمات برای کاربران اهمیتی ندارد.

آن چه به عنوان خدمات کتابخانه در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته، منعکس‌کننده دیدگاه کتابداران و مسئولین بخش‌های عمومی کتابخانه مرکزی است، اما این خدمات از نظر کاربران به عنوان معیار بی‌تفاوتی انتخاب شده‌اند. این موضوع می‌تواند تفاوت دیدگاه کاربران و کتابداران را نشان دهد. از سویی، ممکن است این تفاوت ناشی از آن باشد که جامعه مورد پژوهش دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه فردوسی بوده‌اند که آشنایی خوبی با کتابخانه و استفاده از اینترنت دارند و خود به خود بعضی از این خدمات ارزش خود را برای این گروه از دست می‌دهد (مانند: خدمات «امکان تمدید تلفنی منابع در دست امانت» و «کمک در یافتن مکان کتاب یا سایر منابع کتابخانه» در بخش امانت و خدمت «پاسخگویی غیرحضوری به کاربران به صورت تلفنی» در بخش مرجع)، و همچنین منابع دانشگاه فردوسی از کمیت و کیفیت برخوردار است و ارائه برخی خدمات دیگر نیز کم‌اهمیت می‌شود (مانند: خدمت «امانت بین-کتابخانه‌ای (مانند طرح غدیر)» در بخش امانت). این در حالی است که در پژوهش حیاتی و دیگران (۲۰۱۴) امانت بین کتابخانه‌ای به عنوان خدمتی که منجر به افزایش رضایت می‌شود، شناسایی شده است.

## نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر، با هدف شناسایی و دسته‌بندی خدمات ارائه‌شده و همچنین خدمات قابل ارائه در بخش‌های عمومی از دیدگاه کاربران کتابخانه مرکزی دانشگاه فردوسی مشهد با نظر به مدل کانو انجام پذیرفت. پژوهش‌های اندکی با استفاده از مدل کانو در کتابخانه‌ها انجام گرفته است (مانند Bayraktaroglu & Ozgen, 2008؛ Garibay, Gutie, & Figueroa, 2010)، و دسته‌بندی دقیق و جامعی از خدمات کتابخانه در این پژوهش‌ها ارائه نشده است. تنها در پژوهش حیاتی و دیگران (۲۰۱۴) ابتدا به خوشه‌بندی مراجعان پرداخته شده و سپس در هر خوشه، دسته‌بندی نیازهای هر خوشه آمده است. تفاوت بارز پژوهش حاضر با پژوهش حیاتی و دیگران (۲۰۱۴) در نوع کتابخانه و گستره خدماتی است که مورد توجه قرار گرفته. ضمن آن که در این پژوهش با پیش‌فرض همگنی دانشجویان تحصیلات تکمیلی در

مقایسه با کاربران کتابخانه‌های عمومی، که طیف وسیعی از سن، دانش و تجربه هستند، خوشه‌بندی کاربران انجام نشده است.

در راستای پاسخگویی به دو پرسش پژوهش، تعداد ۸۵ خدمت شناسایی شده در معیار اجباری (۳۷ خدمت)، معیار تک‌بعدی (۲۴ خدمت)، معیار جذاب (۱۳ خدمت)، و معیار بی‌تفاوتی (۱۱ خدمت)، دسته‌بندی شد، قابل ذکر است که هیچ خدمتی در دسته معیار معکوس قرار نگرفت. بیشتر خدمات اجباری و بی‌تفاوتی در بخش امانت، بیشتر خدمات تک‌بعدی در بخش مرجع و اطلاع‌رسانی، و بیشتر خدمات جذاب در بخش اطلاع‌رسانی متمرکز شده‌اند.

یافته‌ها نشانگر آن است که میزان انتخاب مشکوک در بین پاسخ‌دهندگان بسیار کم بوده، که این نشان‌دهنده طراحی مناسب پرسش‌ها و همچنین درک درست پاسخ‌دهندگان از پرسش‌ها است (Zanjirchi, Ebrahimzadehpezeshki, & Arab, 2011). همچنین در تمام خدمات، بیشتر معیارهای منتخب دارای فراوانی بالایی هستند که نشان‌دهنده اتفاق نظر پاسخ‌دهندگان می‌باشد. نکته مهم دیگر این است که برای هیچ خدمتی معیار معکوس انتخاب نشده است، این نشان‌دهنده آن است که نظرات کاربران و کتابداران برخلاف هم نیست (Zanjirchi, Ebrahimzadehpezeshki, & Arab, 2011) و آن چه کتابداران به عنوان خدمت در نظر گرفته‌اند، برای کاربران نیز مطلوب است و ارائه آن را از سوی کتابخانه دانشگاهی انتظار دارند.

این پژوهش، بر اساس مدل سنجش رضایت مشتری کانو، دسته‌بندی‌ای از خدمات عمومی در اختیار کتابداران و مسئولین قرار داد که می‌تواند در برنامه‌ریزی بودجه کتابخانه، طرح‌های جذب کاربران به کتابخانه، و افزایش میزان رضایت کاربران از خدمات عمومی کتابخانه بسیار مفید باشد. از آن جایی که این دسته‌بندی به صورت خدمت به خدمت و براساس یک مدل سنجش رضایت مشتری در حوزه مدیریت و بازاریابی صورت گرفته است، بیشتر از دسته‌بندی‌های کلی در برنامه‌ریزی‌های کتابخانه، به ویژه کتابخانه‌های دانشگاهی، مفید می‌باشد و امید است که دیدگاه روشنی از انتظارات کاربران را منعکس سازد.

## برخی پیشنهادهای برخاسته از پژوهش

خدمات اجباری، جزو نیازهای قطعی کاربران هستند، و اگر برآورده نشوند، احتمال استفاده از کتابخانه کاهش می‌یابد (Zhang & Von dran, 2001). برای کاهش نارضایتی کاربران کتابخانه، باید به خدمات اجباری توجه کرد، مثلا خدماتی مانند «زمان‌بندی امانت و در نظر گرفتن روزهای تعطیل در زمان

امانت» یکی از خدمات اجباری است که با هزینه‌ای بسیار اندک قابل ارائه می‌باشد؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود، کتابخانه دانشگاهی، این دسته از خدمات را جزو اولویت‌های کاری خود قرار دهد و در تامین نیروی انسانی، برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی توجه ویژه‌ای به آن‌ها داشته باشد.

خدمات تک‌بعدی معمولا به طور صریح توسط کاربران بیان می‌شوند و وجود این خدمات باعث بقاست (Zhang & Von dran, 2001). همچنین ارائه خدمت تک‌بعدی موجب افزایش میزان رضایت کاربران و نبود آن خدمت باعث کاهش میزان رضایت آن‌ها می‌شود( Rashid, Tamaki, Ullah, & Kubom, 2010؛ و Shahin & Salehzadeh, 2011). به این ترتیب، توجه به خدمات تک‌بعدی برای کاهش نارضایتی و افزایش رضایت کاربران اهمیت می‌یابد، به عنوان نمونه، خدمت «امانت دستگاه‌های دیجیتال (مانند آیپد، لپ‌تاپ، دوربین دیجیتال و...)» در بخش امانت، و خدمت «امکان تهیه اسکن، عکس و یا تهیه کپی» از خدمات بخش مرجع از خدمات تک‌بعدی‌اند، که در صورت ارائه در افزایش رضایت کاربران تاثیر بسزایی دارد، و در صورت ارائه نشدن موجب کاهش رضایت کاربران می‌شود؛ توجه به خدماتی که در این معیار قرار گرفته‌اند، افزایش احتمال استفاده از خدمات کتابخانه را در پی خواهد داشت.

ویژگی‌های جذاب برای پیروزی در رقابت، کلیدی و مهم هستند ( Battacharyya & Rahman, 2004)، به طور شگفت‌انگیزی میزان رضایت کاربران را افزایش می‌دهند و ارائه این خدمات، سازمان را در رقابت با سایر سازمان‌ها موفق می‌سازد (Zhang & Von dran, 2001). به این ترتیب، برای جذب کاربران به کتابخانه و افزایش رضایت ایشان از کتابخانه، باید به این خدمات بیشتر پرداخت. به عنوان مثال، خدمت «معرفی و برقراری ارتباط میان کاربر و پژوهشگران یا متخصصان موضوعی» از خدمات بخش مرجع، و «ارائه خدمات ترجمه» در بخش اطلاع‌رسانی، از خدماتی است که در جذب کاربران به کتابخانه بسیار مؤثر است، و می‌تواند در برنامه‌های جذب کاربران به کتابخانه گنجانده شود. برخی از این خدمات مانند «ارائه خدمات ترجمه» می‌تواند به درآمدزایی بیانجامد. اما خدمت «معرفی و برقراری ارتباط میان کاربر و پژوهشگران یا متخصصان موضوعی» ابتدا نیازمند شناسایی پژوهشگران و متخصصانی است که تمایل به همکاری دارند و تحقق آن تلاش و تخصص بیشتر نیروی انسانی شاغل در کتابخانه دانشگاهی را می‌طلبد. نکته جالب توجه آن است که «امکان خرید پایان‌نامه با اجازه مؤلف» جذاب‌ترین خدمت کتابخانه دانشگاهی برای کاربران مورد بررسی بوده است. با توجه به این که نگارش پایان‌نامه و انجام پژوهش یکی از ویژگی‌های اساسی تحصیلات تکمیلی است، چنین یافته‌ای کاملا منطقی به نظر می‌رسد. همچنین ۶

مورد از ۱۳ مورد خدمت جذاب (جدول ۵)، در حال حاضر در مرکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه مرکزی دانشگاه فردوسی مشهد ارائه نمی‌شود. این خدمات می‌توانند در اولویت‌های این مرکز قرار گیرند.

خدمات بی‌تفاوتی، خدماتی هستند که وجود یا نبود آن‌ها تاثیری بر افزایش یا کاهش میزان رضایت ندارد (Shahin & Salehzadeh, 2011)، از این رو برای مدیریت بهتر بودجه، خدمات بی‌تفاوتی که تأثیر ناچیزی در میزان رضایت و نارضایتی کاربران دارند، می‌تواند از برنامه‌های کتابخانه حذف شود و بودجه به سمت خدمات اجباری، تک‌بعدی و جذاب،که تأثیر بسیار بالاتری در میزان رضایت کاربران دارند، هدایت شود؛ به عنوان نمونه، خدمات «برپایی نمایشگاه در کتابخانه نظیر نمایش تازه‌های کتابخانه» و «امانت بین‌کتابخانه‌ای (مانند طرح غدیر)» در بخش امانت، جزو خدمات بی‌تفاوتی است که از نظر کاربران تأثیری بر میزان رضایتشان ندارد، و بودجه مربوط به آن‌هامی‌تواند برای خدمت‌های مؤثرتر هزینه شود.

## منابع


باباغیبی، نجمه و فتاحی، رحمت الله (۱۳۸۷). مقایسه سنجش کیفیت خدمات کتابخانه‌های دانشگاه فردوسی از دیدگاه کاربران و کتابداران با استفاده از ابزار لایب کوآل. کتابداری و اطلاع رسانی. ۱۱(۴): ۲۵۵-۲۷۴

بریج، فرانک آر. (۱۳۸۱). امانت (ترجمه‌ی علی مزینانی). در عباس حرّی (ویراستار)، دایره المعارف کتابداری و اطلاع‌رسانی (جلد ۱، ص. ۲۹۴-۲۹۹). تهران، کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران.

بواناتی، ساره (۱۳۹۱). بررسی نقش متغیرهای تعدیلگر ویژگی‌های شخصی و واقعه بحرانی در رابطه بین رضایت و وفاداری مشتری. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد. دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد.

حافظ نیا، محمدرضا. (۱۳۸۹). مقدمه‌ای در روش تحقیق در علوم انسانی. تهران، سمت.

حسینی، یعقوب (۱۳۸۲). آمار ناپارامتریک: روش تحقیق و نرم افزار آماری *SPSS10.0*. تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.

حیاتی، زهیر، و مظفری، عظیمه، و مظفری، افسانه، و منوچهری، روح اله (۱۳۹۳). بخش‌بندی مراجعه‌کنندگان، کتابخانه‌های عمومی بر مبنای نیازهایشان با استفاده از شبکه عصبی مصنوعی، تحلیل سلسله مراتبی و مدل کانو. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۰ (۳)، ۵۱۳-۵۳۳.

دلاور، علی. (۱۳۸۸). مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. تهران، رشد.

دیانی، محمدحسین (۱۳۸۲). گلوگاه‌های پژوهش در علوم اجتماعی. مشهد، انتشارات کتابخانه رایانه‌ای.

دیانی، محمدحسین (۱۳۸۷). اصول و خدمات مرجع در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی. مشهد، انتشارات کتابخانه رایانه‌ای، نشر چاپار.

زنجیرچی، سیدمحمود، و ابراهیم‌زاده پزشکی، رضا، و عرب، سیدمحمد (۱۳۹۰). مدل کانو و کاربرد آن در ارزیابی نیازهای دانشجویان. پنجمین همایش در ارزیابی کیفیت در نظام دانشگاهی، دانشگاه تهران، ۱-۱۳.

زنگوئی، فخری، و سعادتجو، سیدعلیرضا، و بیدختی، حسین (۱۳۸۹). میزان رضایت مراجعه‌کنندگان، از خدمات کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم پزشکی بیرجند. مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی بیرجند، ۱۷ (۴)، ۳۱۶-۳۲۲.

سرمد، زهره، و حجازی، الهه، و بازرگان‌هرندی، عباس (۱۳۸۵). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران، آگاه.

سلطانی، پوری، و راستین، فروردین (۱۳۸۱). دانشنامه‌ی کتابداری و اطلاع‌رسانی. تهران، فرهنگ معاصر.

شاهین، آرش، و صالح‌زاده، رضا (۱۳۹۰). طبقه‌بندی نیازهای مشتریان و تجزیه و تحلیل رفتار آنها با استفاده از الگوی تلفیقی کانو و قوانین انجمنی. تحقیقات بازاریابی نوین، ۱ (۲)، ۱-۱۶.

شفیعی‌رودپشتی، میثم، و اولیا، محمدصالح (۱۳۸۷). تحلیل و بکارگیری مدل کانو در تامین رضایت ارباب رجوع (مطالعه موردی؛ طراحی وب‌سایت). سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت بازاریابی.

عمادخراسانی، نسرین‌دخت (۱۳۸۲). خدمات عمومی کتابخانه و روش‌های آن. تهران، نشر کتابدار.

طاهریان، آمنه (۱۳۸۶). عوامل موثر بر افزایش رضایت‌مندی کاربران کتابخانه¬ها با تاکید بر کتابخانه¬های تخصصی. فصلنامه کتاب، ۷۰، ۱۷۹-۱۹۶.

کومار، کریشان (۱۳۸۹). خدمات مرجع (ترجمه‌ی جیران خوانساری و مرضیه سیامک). تهران، نشر کتابدار.

لطفی، ماهرخ (۱۳۸۱). خدمات عمومی. در عباس حرّی (ویراستار)، دایره المعارف کتابداری و اطلاع‌رسانی (جلد ۱، ص. ۶۷۶-۷۷۰). تهران، کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران.

مرادی، هادی، و همتی، امین (۱۳۸۹). سنجش رضایت‌مندی مشتریان از کیفیت خدمات با استفاده از مدل کانو- سروکوال. دومین کنفرانس بین‌المللی بازاریابی خدمات مالی، ۱-۱۱.

مزینانی، علی (۱۳۸۶). کتابخانه و کتابداری. تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

ملکی، آناهیتا، و دارابی، ماهان (۱۳۸۷). روشهای مختلف اندازه‌گیری رضایت مشتری، ماهنامه مهندسی خودرو و صنایع وابسته، ۲۷(۳)، ۲۷-۳۲.

منصوریان، یزدان (۱۳۸۰). مروری بر مفهوم و سنجش رضایت استفاده‌کنندگان در پژوهش‌های کتابداری و اطلاع-رسانی. پیام کتابخانه، ۱۱(۱)، ۳۴-۴۱.

مؤمنی، منصور، و فعال قیومی، علی (۱۳۸۹). تحلیل‌های آماری با استفاده از اس پی اس اس. تهران، مؤمنی.

مهرابیان، فردین، و تبری، رسول، و عباسپور، حسن، و کشاورزمحمدیان، سکینه (۱۳۹۱). بررسی میزان استفاده اعضای هیئت علمی و رضایت‌مندی آنان از منابع کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی گیلان. مجله دانشگاه علوم پزشکی گیلان، ۲۱ (۸۳)، ۵۲-۵۷.

یوسف زاده، الهام (۱۳۹۲). سنجش کیفیت خدمات الکترونیکی کتابخانه‌های دانشگاه فردوسی مشهد از دیدگاه کتابداران و دانشجویان تحصیلات تکمیلی بر اساس مدل تلفیقی لیب کوال، دیجی کوال و ای-اس کوال. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه فردوسی مشهد.

Babagheiby, Najmeh & Fattahi, Rahmatollah (2009). A camparison of graduate students & librarians views about the quality of library service at Ferdowsi University of Mashhad (LibQual approach). *Library and Informatin science* , 11(4): 255-274. (In Persian)

Battacharyya, S. k., & Rahman, Z. (2004). Capturing the customer's voice, the centerpiece of strategy making: a case study in banking. *European Business Review*, *16(2)*, 128-138.

Bayraktaroglu, G., & Ozgen, O. (2008). Integrating the Kano model, AHP and planning matrix, QFD application in library services. *Library Management, 29(4/5)*, 327-351.

Bavanati, S. (2012). An investigation of personal moderative characteristic variable and crisis event on the relative between satisfaction and customer's constancy. Master thesis. Ferdowsi university of Mashhad, Mashhad. (In Persian)

Bridge, F. R. (2002). Circulation (Translation by Ali Mazinani). In A. Hori (Ed.), *Encyclopedia of library and information science* (pp. 294-299). Tehran, National Library and Archive of Iran. (In Persian)

Caltech Library. (2014). Retrieved November 5, 2014, from Caltech website: http://library.caltech.edu/

Cambridge University Library. (2014, October 23). Retrieved November 5, 2014, from University of Cambridge website: http://www.lib.cam.ac.uk/

Cheng, T. C. E., & Chiu, I. S. F. (2008). Critical success factors of business process re-engineering in the banking industry. *Knowledge and Process Management, 15(4),* 258-269.

Dayani, M. H. (2003). *Social sciences research strait*. Mashhad, Computer Library Publisher. (In Persian)

Dayani. M. H. (2008). *Reference principles and services in library and information sciences.* Mashhad, Computer Library Publisher, Chapar Publisher. (In Persian)

Delavar, A. (2009). *Theoretical and practical foundations of research in humanities and social sciences.* Tehran, Roshd. (In Persian)

Emad Khorasani, N. (2003). *Public services in library and its methods.* Tehran, Ketabdar. (In Persian)

Garibay, C., Gutie, R., & Figueroa, A. (2010). Evaluation of a digital library by means of quality function deployment (QFD) and the Kano model. *The Journal of Academic Librarianship, 36(2),* 125-132.

Hafeznia, M. (2010). *An introduction to the research method in humanities*. Tehran, Samt. (In Persian)

Harvard Library. (2012). Retrieved November 5, 2014, from Harvard University website: http://library.harvard.edu/

Hayati, Z., Mozafari, A., Mozafari, A., & Manochehri, R. (2014). Clustering public library clients according to their needs using the Artificial Neural Network, the Analytical

Hierarchy Process and the Kano Model. *Research on Information Science and Public Library, 20 (3),* 513-533. (In Persian)

Hemati, M., & Ghorbanian, F. (2011). A hybrid Kano- fuzzy AHP method for measuring customer satisfaction: a case study of transportation system. *Management Science Letters, 1 (3),* 263-270.

Hosseini, Y. (2003). *Nonparametric statistic*. Tehran, Allameh Tabataba'i University. (In Persian)

Kumar, K. (2010). *Reference services* (Translation by Jiran Khansalari & Marziye Siyamak). Tehran, Chapar Publisher. (In Persian)

Libraries/ University Of Oxford. (2014). Retrieved November 5, 2014, from University Of Oxford website: http://www.ox.ac.uk/research/libraries

Lotfi, M. (2002). Public services. In A. Hori (Ed.), *Encyclopedia of library and information science* (pp. 676-770). Tehran, National Library and Archive of Iran. (In Persian)

Maleki, A., & Darabi, M. (2008). Different methods of customers' satisfaction evaluation. *Journal of Machine Engineering and Related Industry, 27(3),* 27-32. (In Persian)

Mansorian, Y. (2001). Review on the concept of users' satisfaction in librarianship researches. *Library Message, 11(1),* 34-41. (In Persian)

Mazinani, A. (2007*). Library and librarianship*. Tehran, Samt. (In Persian)

Mehrabian, F., Tabari, R., Abbaspour, H., & Keshavarz Mohamadiyan, S. (2012). A survey on the frequency of use and satisfaction about central library resources among the faculty members in Guilan University of Medical Sciences. *Journal of Guilan University of Medical Sciences, (83),* 52-57. (In Persian)

Momeni, M., & Fa'al Ghayomi, A. (2010). *Statistical analysis with SPSS.* Tehran, Momeni. (In Persian)

Moradi, H., & Hematti, A. (2010). Evaluation of customers' satisfaction from the quality of series based on Kano Model. *Second International Conference on Financial Marketing,* 1-11. (In Persian)

Rashid, M., Tamaki, J., Ullah, S., &Kubom A. (2010). A proposed computer system on Kano model for new product development and innovation aspect: a case study is conducted by an attractive attribute of automobile. *International Journal of Engineering Science and Technology, 2(9),* 1-12.

Reitz, J. M. (2013, January 10). ODLIS: Online dictionary for library and information science. Retrieved October 22, 2014, from ODLIS website: http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_p. aspx

Sarmad, Z., Hejazi, E., & Bazargan Harandi, A. (2006). *Behavior science research methodology*. Tehran, Agah. (In Persian)

Shafieeroodposhti, M., & Olia, M. S. (2008). Analysis and use of Kano Model in customers' satisfaction (case study, website designing). *Third International Conference on Marketing Management*. (In Persian)

Shahin, A., & Salehzadeh, R. (2011). Classification of customers' needs and analyzing their behavior using integrated model of Kano and association rules. *New Marketing Research Journal, 1 (2),* 1-16. (In Persian)

Soltani, P., & Rastin, F. (2008). *A cyclopedia of library and information sciences.* Tehran, Frahang. (In Persian)

Stanford University Library. (2014). Retrieved November 5, 2014, from Stanford University website: http://library.stanford.edu/

Taheriyan, A. (2007). The effective factors on the improvement of library users' satisfaction with the factors on specialist libraries. *Ketab Quarterly*, *70*, 169-179. (In Persian)

Yousefzadeh, Elham (2014). *Evaluating Electronic service quality in Ferdowsi University of Mashhad Libraries from Their Education users and library staff perspectives by an integrated model based upon ServQual, LibQual and E-S-Qual*. (MA thesis), Education Faculty, Ferdowsi University of Mashhad. (In Persian)

Zangaee, F., Saadatjoo, S. A., & Beydokhti, H. (2011). Library users' satisfaction rate at the central library of Birjand University of Medical Sciences. *Journal of Birjand University of Medical Sciences, 17(4)*, 316-322. (In Persian)

Zanjirchi, S. M., Ebrahimzadehpezeshki, R., & Arab, S. M. (2011). Kano Model and its applications on students' need evaluation. *5th Conference on the Evaluation of Quality in University System, Tehran University*, 1-3. (In Persian)

Zhang, P., & Von dran, G. (2001). Expectations and ranking of website quality features: results of two studies on user perceptions. *Proceeding of the Hawaii International Conference on System Science, 34.*